

*Попко Л. П.,
профессор
Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств
Министерства культуры и искусств Украины*

НЕОЛОГИЗМЫ ДЕСЯТЫХ: ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы формирования и функционирования неологизмов в современном русском языке. Существуют такие главные волны появления неологизмов, как «бандитская», профессиональная, гламурная и политико-экономическая. Часто они заполняют определенную лауну в литературном языке, то есть выражают важную идею, для которой не было отдельного слова. Они стали очень популярны в последнее десятилетие и постоянно встречаются в устном общении, поэтому бороться с «обогащением» языка абсолютно бессмысленно.

Ключевые слова: неологизм, неология, заимствование, сленг, оценка.

Постановка проблемы. В статье в общем виде ставится проблема исследования новейших неологизмов русского языка, возникших в текущее десятилетие. Эта проблема находится в русле важнейших научных исследований, поскольку для успешного выполнения своей основной функции – коммуникативной – говорящий должен быть знаком с новейшей выразительной и экспрессивной лексикой, важной составной частью которой и являются неологизмы.

Комплексный подход к описанию этого явления с учетом социокультурных задач и функций необходим, во-первых, для осмысления сущности категории нового; во-вторых, для определения содержания и объема понятия «неологизм»; в-третьих, для отражения степени развитости той или иной сферы человеческой деятельности, а в связи с этим, в-четвертых, для мотивированности логики введения в русский язык того или иного нового слова.

Анализ последних исследований и публикаций. Интерес лингвистов к новым словам не ослабевает уже на протяжении ряда десятилетий, о чем свидетельствует большое количество работ, посвященных исследованию этого феномена (см. работы В.В. Виноградова, Г.О. Винокура, Е.А. Земской, В.П. Изотова, Н.З. Котеловой, В.В. Лопатина, А.Г. Лыкова, И.С. Улуханова, Н.А. Янко-Триницкой и др.). Однако постоянное появление новых лексических единиц, обусловленное экстралингвистическими факторами, делает их исследование по-прежнему актуальным.

Цель статьи – описание прагматики и лингвистики новейших неологизмов в русском языке.

Изложение основного материала. Важная функция языка состоит в способности отображать окружающую действительность посредством создания языковой картины мира, эксплицировать и объективировать концептуальную картину мира человека [4, с. 67]. При этом языковая картина мира не может оставаться стабильной, перманентной, она подвержена изменениям извне, что обязательно находит свое отражение в языке.

В условиях тесного общения между народами происходит обмен продуктами их жизнедеятельности, новыми технологиями, идеями, реалиями повседневной жизни и т. д. Язык же, в

свою очередь, заимствует слова для наименования материальных артефактов или создает новые лексические единицы.

В последнее время лингвисты всё чаще сравнивают язык с зеркалом, и это сравнение вполне правомерно: в нем действительно отражается окружающий мир. За каждым словом стоит предмет или явление реального мира. Оценка новых, появившихся в употреблении в последнее время слов осуществляется с точки зрения «правильности» их образования, то есть их соответствия структурным языковым закономерностям, заключенным в системе, и с точки зрения потенциальной возможности принятия их нормой, что зависит от ряда факторов: степени частотности употребления, наличия производных, номинативной оправданности единицы и т. д.

Следует отметить, что заимствованные лексемы в последнее время расширяют границы своего использования, особенно широкое их функционирование наблюдается в сфере шоу-бизнеса, в экономике и коммерческой деятельности. Значительное количество заимствований семантически дублируют русские обозначения, однако – в отличие от последних – обладают таким важным «довеском», как престижность и удобопонятность в профессиональном общении.

Понятие новизны в новых словах относительно, поскольку системообразующим фактором категории нового является, как известно, фактор времени. «Время – это смена состояний в развитии систем, их длительность». Е.В. Сенько пишет: «Фактор времени дважды входит в понятие «новое». Во-первых, это отрицание повторяемости в ряде предшествующих событий – так называемое внешнее, фоновое, календарное время. В этом случае датировка фактов языка производится на основании событий в истории общества. Во-вторых, это неповторяемость в качественной определенности самого нового (предмета, явления, признака, понятия), то есть внутреннее, лингвистическое время, измеряемое трансформациями лингвистического статуса слова» [5, с. 60–61].

Новые слова приходят в язык постоянно, на всех этапах его существования; это явление закономерное и исторически обусловленное. В периоды социальной стабильности процессы языкового развития протекают размеренно и постепенно, а языковые изменения затрагивают отдельные, незначительные участки системы.

В пору социальных потрясений, каковыми во всем мире являются десятые годы XXI века, процессы языкового развития ускоряются, языковые изменения нагромождаются, не успевая адаптироваться, отчего создается впечатление хаоса и нестабильности. В соответствии с особенностями ситуации в обществе изменяются психологические установки масс, их языковой вкус и чутье языка [2].

Важным вопросом в рамках нашего исследования является вопрос о том, как создается новое слово. В структуре акта

номинации в качестве отправного пункта оказывается сложное переплетение интенций говорящего и его личных смыслов, то есть индивидуальное смысловое задание говорящего. Человек, создающий новое слово (*originator*), стремится к индивидуализации и оригинальности. Затем слово проходит несколько стадий социализации (принятие его в обществе) и лексикализации (закрепление в языковой системе). Слово воспринимается посредниками (*purveyors*), которые распространяют его среди масс. Это, как правило, преподаватели университетов, школьные учителя, репортеры, работники средств массовой информации. Слово фиксируется в периодической печати.

Очередная стадия социализации – принятие слова широкими массами носителей языка. Далее идет процесс лексикализации, а затем – приобретение навыков адекватного употребления нового слова, то есть приобретение коммуникативно-прагматической компетенции носителями языка.

Особенностью современного процесса неологизации является то, что ряд новых элементов проникает на уровень газетно-публицистического стиля из сниженных слоев лексики (арго, жаргона, просторечия) и т. п. Эти слова обладают ярким эмоциональным зарядом, но способны значительно нарушить стилевую однородность текста. Убедительной иллюстрацией к сказанному, как нам кажется, может служить следующие примеры: *пазитифф* (*позитифф*), *Обаманна*, *стабилизец*, *кошмарить*, *брехлама*, *тпилинг* и *откатинг*

В последнее время в неологии преимущественный акцент делается на функционально-прагматический аспект новых слов и значений, на учет социологических факторов. Устанавливается связь между прагматикой и активными процессами номинации. Прагматика при этом понимается как наука, «изучающая язык с точки зрения использующего его человека в аспекте выбора языковых единиц, ограничений на их употребление в социальном обществе и эффекта воздействия на участников коммуникации» [1, с. 240].

Прагматически ориентированная неология включает в круг проблем своего исследования, кроме представленных выше, также следующие: уточнение путей опознания новых слов и значений; анализ факторов их появления в соотносительности с прагматическими потребностями общества; изучение моделей их создания и ограничений на их употребление; разработка принципов отношения к ним (их принятие или нет) в различных социoproфессиональных, возрастных и прочих группах; лексикографическая обработка с указанием прагматических ограничений на употребление в различных ситуациях общения с учетом социальной дифференциации языка.

Следует отметить, что неологизмы быстро распространяются. Раньше над лексиконами месяцами, а то и годами работали опытные редакторы. Это признак того, что информация быстро циркулирует везде. Роль и качество неологизмов ставит вопрос об их оценке. Имплицитная оценочность, содержащаяся в семантике нового слова, выражается, прежде всего, оценочными неологическими метафорами, которые призваны организовать общественное мнение, создать у адресата нужный адресанту яркий, зримый образ, также суггестивно (внушая, вызывая собою какие-либо представления) влияющий на восприятие информации под заданным углом зрения.

Представленное понимание природы и сущности оценочности новых слов позволяет заключить, что основным признаком оценки является наличие деятельностной работы языкового сознания, в результате чего возникают многочисленные

неономинации с оценочной семантикой, формирующие субъективное отношение к неологизируемым фрагментам обновляемой картины мира. В неологизмах с оценочной семантикой выражается новое смысловое содержание, воплощающее новое видение данным языковым коллективом номинируемого объекта познания.

Как считает Максим Кронгауз [3], после перестройки русский язык пережил минимум три словесные волны: бандитскую, профессиональную и гламурную, а в действительности прожил три важнейших одноименных периода, три моды, разглядеть которые позволяет язык. В данный момент к ним можно добавить и политико-экономическую волну (*депутанги*, *фубель*, *шатун*, *крадун*, *надепокклонник* и т. д.).

Принято считать, что русский язык, если ему не хватает какого-то важного слова, просто одалживает его у другого языка, прежде всего английского. Например, в области компьютеров и Интернета так и происходит. Слова «компьютер», «монитор», «принтер», «процессор», «сайт», «блог» и многие другие заимствованы из английского. *Вампьютер*, *вампьютеризация* (от нем. *Vampir* и англ. *Computer*), разг. (компьютер по отношению к человеку, впадшему в компьютерную зависимость; распространение компьютерной зависимости в обществе), *осЕтуть* (вывесить, опубликовать в сети), *осетенЕть* (срастись с сетью, «запасть» на нее), *осетенЕлый* (наркотический зависимый от сети), *френдёж* (механическое расширение списка друзей-френдов с целью поднятия рейтинга собственного ЖЖ); *эля* (*элька*, *элека*) – электронная почта, ласковое, разговорное, по типу «аська», «клава»; *саммитомания* – придание слишком большого значения официальным международным событиям и наивная вера в то, что проведение разового помпезного мероприятия может дать долговременный толчок социально-экономическому развитию территории. *Словосеть* – слова про интернет, *лыбик* – вместо англицизма «смайлик». Часто они заполняют определенную лауну в литературном языке, то есть выражают важную идею, для которой не было отдельного слова. Они стали очень популярны в последнее десятилетие и постоянно встречаются в устном общении, хотя бы потому, что точнее одним словом не скажешь, поэтому бороться с «обогащением» языка абсолютно бессмысленно. Большинство из новых слов уйдет, если исчезнет потребность в них и схлынет мода.

Выводы. Процесс лексического обогащения русского языка перманентен и неостановим. Новые единицы возникают в языке в силу различных причин. В первую очередь это влияние внешних обстоятельств. Богатство словообразовательных возможностей русского языка создает неисчерпаемый простор для создания новых слов. Особое видение мира и установление ментальных ассоциаций вызывает к жизни процесс семантической трансформации лексики. Лексические инновации – это открытая система, нуждающаяся во внимательном изучении и освещении с целью выработки оценок и рекомендаций с позиций объективности, адекватности и целесообразности для современного развития общества. Перспективы дальнейшего исследования мы видим в создании количественной и качественной классификации современных неологизмов.

Литература:

1. Горбачевич К.С. Нормы современного русского языка / К.С. Горбачевич. – М. : Просвещение, 1981. – 239 с.
2. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: в3 наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – М. : Педагогика – Пресс, 1994. – 247 с.

3. Кронгауз М. Надо ли бороться с новоязом / М. Кронгауз [Электронный ресурс]. – Режим доступа : old.knu.ru/virt_vyst/44/kron_2.htm.
4. Постовалова В.И. Существует ли языковая картина мира? / В.И. Постовалова // Язык как коммуникативная деятельность человека: сб. научн. трудов МГПИИЯ. – Вып. 284. – М., 1987. – С. 65–72.
5. Сенько Е.В. Неологизация в современном русском языке конца XX века: межуровневый аспект : дис. ... докт. филол. наук / Е.В. Сенько. – Волгоград, 2000.

Попко Л. П. Неологізми десятих: причини появи та особливості

Анотація. У статті розглянуто проблеми формування та функціонування неологізмів у російській мові останнього десятиліття. Існують такі головні хвилі появи неологізмів виникнення нового слова у мові, як «бандитська», професійна, гламурна та політико-економічна. Часто вони заповнюють певну лауну в літературній мові, тобто виражають важливу ідею, для якої не було окремого слова.

Вони стали дуже популярні останнім часом та постійно трапляються в усному спілкуванні, тому боротися зі «збагаченням» мови немає сенсу.

Ключові слова: неологізм, неологія, запозичення, сленг, оцінка.

Popko L. Neologisms of the 10th years: the reasons of appearance and peculiarities

Summary. The article deals with the problems of formation and functioning of neologisms in the modern Russian language. There are major waves of neologisms appearance as “bandit”, professional, glamor, political and economic. Often they fill a certain gap in the literary language, that is, express an important idea, for which there was no single word. They have become very popular in the last decade and are constantly encountered in oral communication, so dealing against “enrichment” of language is absolutely senseless.

Key words: coinage, neology, borrowing, slang, assessment.